

技術と顧客を深く理解し、大型案件を推進できる営業幹部が会社を伸ばす!装置メーカーの「右腕」営業幹部を育てる仕組みとは?

装置メーカー 経営者の「右腕」営業幹部の育成仕組み化セミナー お問い合わせNo.S129262

講 座	内 容
第1講座 13:00～13:30	装置メーカーの営業組織が抱える課題と、「右腕」育成の重要性 ●「右腕」となる営業幹部が育たないのはなぜか? ●製造業の「右腕」営業幹部に必要な3つの要素:顧客深耕力・技術提案力・社内連携力 ●成長する装置メーカーが実践する、営業幹部を育成し、組織の競争力を高める仕組み 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社チーム リーダー 奥内 拓海
第2講座 13:40～14:30	受注力を高めるための「営業×技術×調達」の連携強化と営業幹部育成の仕組み ●装置メーカーの営業幹部候補、育成アプローチ3類型:営業経験者育成・技術者からの転換・外部からの採用 ●複雑なプロジェクト推進と顧客価値最大化を両立する営業幹部の役割 ●データを活用し、営業プロセスを可視化・標準化して、誰でも成果を出せる仕組みづくり 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社チーム リーダー 奥内 拓海
第3講座 14:40～15:00	本日のまとめ 営業力を強化し、成長企業へと変革するために今すぐ取り組むべきこと ●営業幹部が育たない企業の未来と、成長企業との決定的な違い ●属人化を防ぎ、持続的に成果を出せる営業組織を作るために必要な施策 ●「右腕」営業幹部を育成し、経営者が経営戦略に集中できる体制を築くための実践ロードマップ 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 マネージング・ディレクター 藤原 聖悟

開催要項

日時	※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。
	オンライン開催 2025年7月8日(火) 13:00～15:00 (ログイン開始:開始時刻30分前～)
	オンライン開催 2025年7月11日(金) 13:00～15:00 (ログイン開始:開始時刻30分前～)
本講座はオンライン受講となっております。セミナーご参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索。	

お申込み期日 銀行振込み:開催日6日前まで クレジットカード:開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料	一般価格 税抜10,000円(税込11,000円)／一名様 会員価格 税抜8,000円(税込8,800円)／一名様 ●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。
-----	--

お申込み方法	下記QRコードよりお申込みください。または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.129262を入力、検索ください。 クレジット決済が可能です。
--------	---

お問い合わせ	株式会社船井総合研究所
	船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp
	【TEL】0120-964-000(平日9:30～17:30) ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。 ※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします



【QRコードからのお申込み】左記のQRコードからお申込みください
【PCからのお申込み】セミナーページからお申込みください⇒ <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/129262>

オンライン開催 2025年7月8日(火)・2025年7月11日(金)

「営業幹部の育成」「受注力の強化」にお悩みの皆さまへ

装置メーカー向け 経営セミナー

オンラインセミナー

2025年7月8日(火)・11日(金)
13:00～15:00 (ログイン開始:開始時刻30分前～)

「右腕」営業幹部・ 経営幹部を 「仕組み」で育てる 方法

多数の大型案件の受注を狙う皆さまへ
こんなお悩みはございませんか?

- 顧客の潜在ニーズを引き出せていない…
- 営業・技術・調達の部門間連携を強化したい…
- 仕様が固まらず見積りの精度が低い…
- 顧客対応やカスタマイズ提案が属人化している…
- 「右腕」となる営業幹部候補がいない…

技術と顧客を深く理解し、大型案件を推進できる営業幹部が会社を伸ばす

事業戦略からKPI設定
行動管理まで落とし込み

データと仕組みで育てる
「右腕」営業幹部育成
フォーマット

右腕候補者に合わせた
営業体制の改善提案

詳しくは中面をご覧ください!

主 催	装置メーカー 経営者の「右腕」営業幹部の育成仕組み化セミナー		お問い合わせNo.S129262		
	サステナブルグロースカンパニーをもっと。 Funai Soken				
	株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル				

当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。

129262

なぜ「右腕」営業幹部は育たないのか

複数の大型案件の受注を狙う装置メーカーにおいて、
なぜ経営者の『右腕』となる営業幹部がなかなか育たないのか？

Point
1



営業幹部が経営者視点を持てておらず、受け身で指示待ちになっている。

Point
2



営業と技術の連携が不十分で、顧客の仕様変更に対応できない。

Point
3



営業活動が属人的で、案件ごとに最適な提案を再現できる仕組みがない。

『売上を伸ばしたい』『顧客との長期的な関係を構築したい』という経営者の想いとは裏腹に、営業幹部が商談管理や顧客の潜在ニーズの発掘、カスタマイズ提案を行えず、目の前の案件対応に終始しているケースが多く見られます。特に装置メーカーの営業は、顧客の要求に応じた仕様調整や技術的な提案が求められますが、技術部門との連携不足や顧客ニーズの理解不足が原因で、仕様確定や提案・見積りの精度が低くなりがちです。では、どうすれば『右腕』となる営業幹部を育成し、組織全体の営業力を向上させることができるのでしょうか？

「右腕」営業幹部が育つ企業の3つ共通点とは？

1 経営者目線のKPIを共有し、営業幹部の視座を高める

事業戦略と経営層が重視する目標を営業幹部と共有し、「右腕」として自律的に成果に貢献できる環境を作る必要があります。これにより、経営層は中長期的な事業戦略や新規事業・開発に集中でき、現場は右腕営業幹部を中心に自走し始めます。



2 営業×技術×調達の連携を強化し、受注率と提案力を向上させる

商談時に「何を聞くべきか」を明確にし、ヒアリングの質を向上することで、営業が技術担当者とスムーズに情報共有できるようになります。見積り精度と見積り速度を高めることで、競争力のある提案を実現することができます。



3 営業の属人化を防ぎ、チーム全体で成果を上げる仕組みを構築

営業活動をデータで可視化・標準化し、顧客情報等を共有することで、属人化を防ぎ、経験に頼らず誰でも成果を出せる営業プロセスを確立することができます。データに基づいた戦略的な営業で、持続的な成長戦略を確立する必要があります。



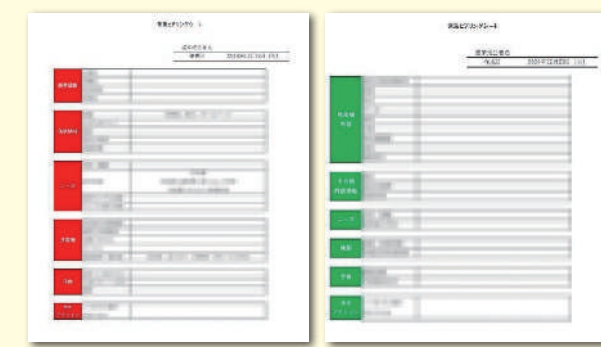
データと仕組みで「右腕」営業幹部が自律するためのフォーマット見本

①KPI管理シート



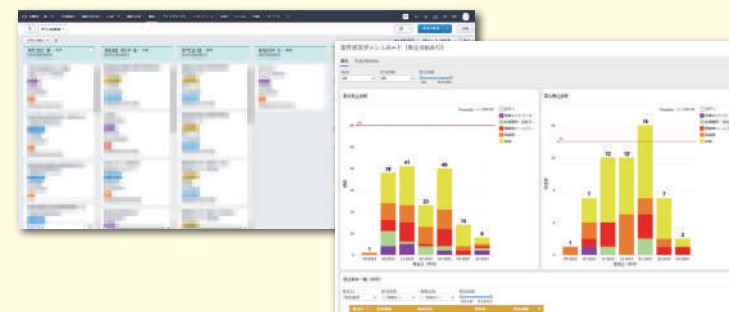
目標から逆算し、営業担当者の行動を数値で管理

②商談ヒアリングシート



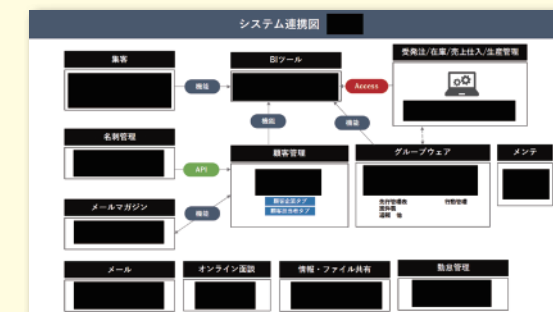
顧客から聞くべき仕様情報を整理し、見積りの精度を向上

③商談管理



受注率の高い営業活動を分析し、再現性のある仕組みを構築

④システム連携図



集客・引合い・見積り・受注までのデータを一元管理し、属人化を防止

業績アップ
事例多数!

「右腕」営業幹部が活躍する装置メーカーのお声

成功事例
1

以前は、営業ノウハウが属人化しており、新人や他業界出身の営業が、複雑な仕様調整や技術的な問い合わせに対応できるようになるまで時間がかかっていました。
そこで、商談履歴や過去の提案事例、技術資料の体系化、見積りデータの可視化、営業プロセスの標準化を行いました。その結果、未経験の営業でも技術担当者と連携しながら、顧客ニーズの引き出しや、ニーズに基づいた提案ができるようになり、早期に受注を獲得できるようになりました。今では、顧客からの信頼も厚くなり、積極的な提案活動も担ってもらっています。

成功事例
2

以前は、営業と技術・調達部門の情報共有不足で、顧客要求や技術確認に時間がかかり、提案遅延やニーズずれによる失注が頻発していました。
そこで、各部門間でリアルタイムに商談情報を共有できる仕組みを導入し、見積り依頼の流れをスムーズに整備。その結果、対応スピードが向上し、仕様への回答や実現可能性の高い提案が可能になりました。さらに、納期やコストの精度も改善され、リードタイム短縮が競争力に直結。部門間の連携が強化され、確実に受注へつなげられる体制が整いました。

成功事例
3

これまでは、営業担当者が装置の構成要素や製造コストを十分に理解しておらず、価格交渉時に根拠のある説明ができませんでした。特に、顧客からの技術的な質問や仕様変更が多く、提案内容にばらつきが発生していました。
しかし、営業幹部が技術部門と定期的に情報共有し、製品知識や技術を共有する場を設けたことで、顧客への提案内容と交渉力が向上。今では、「なぜこの価格なのか？」を明確に説明できるようになり、無理な値引き交渉を最小限に抑えつつ、適正な利益率を確保できる営業へと変革しました。

成功事例
4

以前は、経験と勘頼りの商談でヒアリング品質にばらつきがあり、顧客課題の本質を捉えきれず、見積もり情報不足で設計との齟齬も発生。顧客の生産プロセスや設備投資計画への理解も浅く、表面的な提案に終始していました。
そこで、QCD・BANTを意識したヒアリングフレームワーク導入と、技術部門との同行訪問・情報共有強化を実施しました。結果、顧客の潜在ニーズまで的確に捉えた最適な提案ができ、成約率向上と顧客との信頼関係強化に繋がりました。

営業力は「勘と経験」ではなく、「データと仕組み」で強化する時代。

本セミナーでは、装置メーカーの営業組織を再現性のある仕組みへと変える、具体的な方法を解説します。営業の属人化を防ぎ、顧客との長期的な関係構築と高付加価値受注を実現する営業幹部の育成手法を学びませんか？